

# Vente directe : et si vous vous lancez ?

## Mémento pour les porteurs de projet

*Les motivations pour se lancer dans la vente directe sont diverses : recherche d'autonomie dans son métier, de contact avec les consommateurs, volonté de défendre des productions de qualité, de capter de la valeur ajoutée etc.*

*C'est une voie exigeante et parfois difficile puisqu'il faut non seulement produire mais aussi transformer (selon les produits) et commercialiser. Mais c'est une activité valorisante et enrichissante.*

*Une bonne préparation du projet en amont est essentielle pour mettre toutes les chances de réussite de son côté. Ce mémento, qui ne prétend pas à l'exhaustivité, a pour but de fournir à tous ceux qui s'engagent dans un tel projet quelques repères sur les principaux domaines sur lesquels ils devront se pencher.*



Portes ouvertes – 16, 17 et 18 novembre 2010



# I- Élaborer son projet : les étapes incontournables

## 1. D'abord clarifier ses objectifs personnels

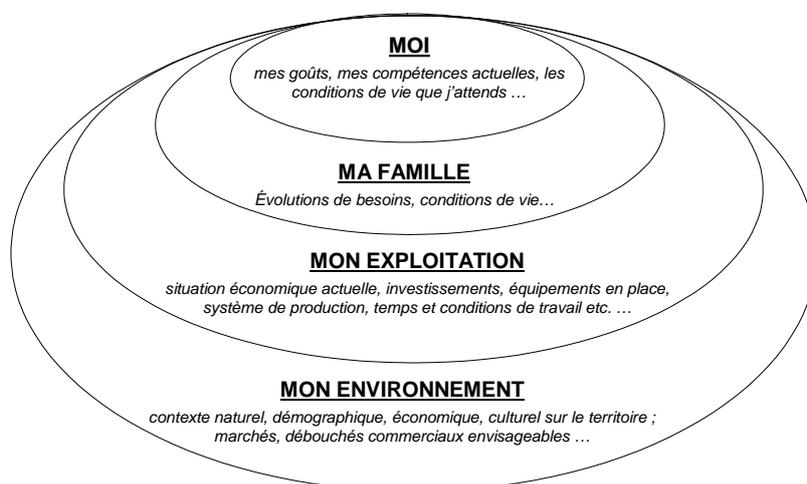
Vos objectifs vont déterminer vos choix et arbitrages tout au long de l'élaboration de votre projet. Au final, c'est bien par rapport à eux que vous vous estimerez satisfait ou non au terme de la démarche. Prendre le temps de se poser, de clarifier ses envies, ses attentes et de définir clairement ses objectifs est donc une phase indispensable à la réussite du projet.

### **Quelques questions à se poser :**

- Quelles sont les valeurs qui m'animent ?
- Pourquoi est-ce que je veux me lancer dans la vente directe ?
- Qu'est-ce que je recherche prioritairement dans ce projet :
  - ⇒ Un revenu d'appoint, sans y passer trop de temps ?
  - ⇒ Un revenu complémentaire car mon activité principale est insuffisante pour vivre ?
  - ⇒ La création d'une activité professionnelle (pour une installation...) ?
  - ⇒ Une activité qui me permette d'avoir du contact, de rencontrer d'autres personnes, de sortir de l'exploitation ?
  - ⇒ Une activité qui me permette de valoriser mes compétences, d'être responsable d'une activité ?
  - ⇒ Des conditions de travail spécifique ?
  - ⇒ Une activité qui me permette de valoriser un patrimoine régional, de maintenir des produits traditionnels ou de les faire revivre ?
  - ⇒ une activité qui me permette de valoriser des pratiques agricoles spécifiques ?
  - ⇒ ...

## 2. Analyser la situation

En deuxième étape, une analyse des atouts et des contraintes pour la réalisation de votre projet va déjà permettre un premier niveau de choix.



Resituer votre projet dans les différents éléments de contexte.

A chaque niveau, posez-vous la question :

- de vos atouts ?
- de vos points faibles ou contraintes ?

### **3. Construire le projet**

Vous partez pour une phase de recherche, de formation, d'études. Rencontrez des producteurs déjà en activité : ces échanges vous seront précieux pour avancer. Vous allez brasser différentes solutions techniques, financières, humaines qui vont vous permettre progressivement de préciser le contenu de votre projet :

- Choix de votre stratégie commerciale (voir p.3)
- Choix des investissements à réaliser et plan de financement
- Etude de viabilité économique (étude chiffrée à partir des prévisions de marchés, d'investissements et des choix techniques réalisés)
- Prévisionnel temps de travail.
- Choix des éventuels partenariats (pour la vente ou la transformation)
- Aspects règlementaires (voir p.4 et 5), juridiques, sociaux et fiscaux (voir ci-dessous).

Veillez à toujours assurer la cohérence de votre projet par rapport à vos objectifs initiaux.

#### **Quelques références utiles sur le volet technico-économique :**

- Terroirs 44 : *Expériences en vente directe – Produire, transformer, vendre en Loire-Atlantique*, 2010, 120 p. Bon de commande sur [www.terroirs44.org](http://www.terroirs44.org)
- CERD (Centre d'étude et de ressources sur la diversification) : *Diversifier*, 2010, 645 p. 72 fiches thématiques. Possibilité de commande à la fiche sur [www.centre-diversification.fr](http://www.centre-diversification.fr)
- IFIP Institut du porc : Revue Techniporc, *Elevages transformant et commercialisant leurs porcs. Caractéristiques techniques et économiques*, 2 articles parus en 2008. [www.ifip.asso.fr](http://www.ifip.asso.fr)
- Institut de l'élevage : *Résultats 2007 des exploitations caprines laitières et fromagères*, 2009, 24 p. ; *Produits laitiers fermiers : mon atelier est-il rentable ? (11 cas concrets en Nord Pas-de-Calais et Haute-Normandie)*, 2008, 12 p. [www.inst-elevage.asso.fr](http://www.inst-elevage.asso.fr)

#### **Conséquence d'une diversification sur les régimes agricoles**

L'activité agricole est définie dans 3 domaines du droit :

- **juridique** : le statut agricole permet notamment de fonctionner selon des formes juridiques spécifiques (GAEC, EARL...). La nature juridique d'une activité détermine également l'immatriculation de l'entreprise sur les différents registres professionnels existants (CFE pour les agriculteurs, Registre des métiers pour les artisans...)
- **social** : le statut détermine l'affiliation à une caisse de protection sociale (MSA pour l'agriculture) et les régimes de garantie selon le statut des personnes.
- **fiscal** : le statut détermine le régime fiscal qui va s'appliquer pour les prélèvements de l'Etat ou des Collectivités territoriales : impôts sur les bénéfices (régimes des Bénéfices agricoles (BA) ou Bénéfices industriels et commerciaux (BIC)...), TVA, impôts locaux, fonciers...

Les activités comme la transformation, le conditionnement et la vente de produits de l'exploitation sont considérées comme le prolongement de l'acte de production et ne remettent donc généralement pas en cause le caractère agricole de l'activité. En revanche, dès lors que les activités se complexifient, des incidences sur les différents régimes peuvent apparaître :

- l'achat revente (de produits ne provenant pas de l'exploitation) relève ainsi des BIC et non des BA ;
- les projets collectifs (atelier de transformation, magasins de producteurs) nécessitent des études spécifiques pour définir les modalités de fonctionnement juridique, social et fiscal des structures créées.

#### **Contacts pour les conseils sur le montage juridique, social et fiscal :**

- Chambres départementale d'agriculture
- Centres de gestion

## II- Une étape essentielle : le choix de sa stratégie commerciale

Il s'agit de définir :

- votre gamme de **produits**
- vos **prix de vente**
- vos **circuits de commercialisation**
- mais aussi les moyens de communication que vous allez mettre en œuvre pour vous faire connaître.

La stratégie commerciale sera un élément décisif dans votre projet puisqu'elle va directement impacter :

- sur la rentabilité économique de votre activité (chiffre d'affaires des ventes, charges de commercialisation : transport, publicité, salarier pour la vente, part dans les magasins de producteurs...)
- sur votre temps de travail et son organisation, à la fois sur le volet circuit court mais aussi à l'échelle de l'exploitation (très souvent, le temps de commercialisation est sous-estimé et entraîne une surcharge de travail non prévue)

Il existe une multitude de possibilité pour commercialiser ses produits, chacun ayant ses avantages et ses inconvénients :

- soit directement au consommateur (vente directe), soit à un intermédiaire
- de manière individuelle ou en s'associant à d'autres producteurs (magasins collectifs, ...)

Exemples :

<b>V E N T E  D I R E C T E</b>	Vente à la ferme	
	Vente collective	Point de vente collectif
		Panier collectif
	Marchés	Marché polyvalent (ou forains)
		Marché de producteurs
		Marché à la ferme
	Vente en tournées	Vente en tournée
		Point relais de livraison
		Livraison à domicile
	AMAP	
Vente à distance	par correspondance, par internet	
Vente dans les foires et salons		
<b>V E N T E  I N D I R E C T E</b>	à la restauration	Restauration traditionnelle
		Ferme auberge
		Restauration collective
	à un commerçant	GMS
		Vente en boutique

**Parmi les formes de vente directe les plus répandues :**

**• La vente directe à la ferme**

C'est la forme la plus facile à mettre en œuvre. Son succès est dépendant du contexte de l'exploitation : proximité d'un pôle urbain, d'un site touristique etc... permettant de drainer des consommateurs potentiels. Certaines variantes comme la cueillette à la ferme permettent de limiter le temps de travail consacré à la vente.

**• Les marchés et foires**

Le producteur se déplace pour rencontrer les consommateurs dans un lieu public. L'organisation change puisqu'il faut organiser la production en fonction des jours ou dates de marché et envisager les moyens logistiques adéquats.

**• Les points de vente collectifs**

Les points de vente collectifs sont des magasins de produits fermiers gérés par plusieurs agriculteurs qui vendent eux-mêmes leurs produits. Les principes de ces points de vente sont : présence d'un producteur au moins à la vente, pas d'achat revente et responsabilité du producteur jusqu'à la remise du produit au consommateur. La mise en place de tels points de vente signifie une dynamique collective et ces outils sont relativement complexes à mettre en œuvre et à gérer. Ils peuvent néanmoins constituer une voie intéressante car ils permettent de regrouper une large gamme de produits et de limiter le temps passé à la vente tout en étant partie prenante des choix réalisés (marges, communication...) sans intermédiaires.

**• Les paniers**

Le système de panier s'est développé notamment au travers des **AMAP** (Association pour le Maintien de l'Agriculture Paysanne), système pour lequel une charte nationale a été définie. L'AMAP repose sur le principe d'une contractualisation solidaire entre un producteur et un groupe

de consommateurs autour de plusieurs aspects de la production et de la commercialisation. Pour le producteur, cela permet de sécuriser le revenu sur la période d'engagement des consommateurs de l'AMAP et de limiter le temps consacré aux démarches commerciales et à la commande/facturation.

D'autres formules de commercialisation de paniers existent, sans engagement des consommateurs dans la durée. Ces formules utilisent souvent l'outil Internet qui permet aux consommateurs de passer commande.

## 1. Les critères à prendre en compte pour le choix

- ⇒ La **nature du produit**, ses possibilités de transport et de conservation...
- ⇒ Les **possibilités du marché** : une étape souvent délaissée mais pourtant essentielle est l'**étude de marché**. Elle est nécessaire pour vous assurer de la faisabilité commerciale de votre projet et réduire au maximum les risques. Il s'agit de bien cerner l'état et les grandes tendances du marché, les attentes de vos futurs clients, de repérer l'offre déjà présente.
- ⇒ L'**organisation du travail** envisagée, à la fois sur le volet circuit court mais aussi à l'échelle de l'exploitation



### **Ne pas se loupier sur la définition de ses prix de vente !**

- Pour fixer ses prix de vente, il faut connaître :
  1. le **coût de revient** (production, transformation, commercialisation) de chacun de vos produits.
  2. les prix pratiqués sur le(s) marché(s) sur lesquels vous vous positionnez.
- Vos prix de vente peuvent être différents selon vos circuits de commercialisation.

## 2. Quelques aspects réglementaires

- Le transport, l'entreposage et la vente de produits fermiers doivent respecter les réglementations en vigueur en matière d'**hygiène et de sécurité sanitaire des aliments** (voir p. 5). Cela concerne entre autre le respect de la chaîne du froid pour les denrées qui le nécessitent et la maîtrise des risques de contamination des produits aux différentes étapes. Des contrôles sur les lieux de vente sont effectués par les inspecteurs de l'hygiène alimentaire de la DD(CS)PP<sup>1</sup>.
- La vente de produits fermiers doit respecter le **Code de la consommation** et les différentes dispositions réglementaires sur l'information et la protection des consommateurs. Cela concerne notamment l'affichage des prix, le contrôle des instruments (balances etc.) et les règles d'étiquetage. La réglementation sur ce point est extrêmement complexe et dépend des circuits de commercialisation et des modalités de présentation (vrac, emballé...). Certaines denrées doivent de surcroît respecter des règles spécifiques. Des contrôles sur les lieux de vente sont effectués par les inspecteurs des Fraudes de la DD(CS)PP.

### **Pour en savoir plus :**

Feuille de chou n°10 « spécial étiquetage » à paraître en décembre 2010 ([www.agrilianet.com](http://www.agrilianet.com))

- Pour la vente à la ferme, il est nécessaire d'informer le client et de le guider au moyen de panneaux signalétiques. Il existe deux types de **signalisation** :
  - la signalisation routière réglementaire gérée par les services de l'équipement (DDT<sup>2</sup>)
  - la signalisation publicitaire (enseignes et pré-enseignes) dont les conditions d'implantation relèvent de la DIR Ouest<sup>3</sup> ou du Conseil général ou de la commune selon le type de route (respectivement nationale, départementale ou communale).

<sup>1</sup> Direction départementale (de la cohésion sociale,) de la protection des populations.

<sup>2</sup> Direction départementale du territoire

- Enfin, ne pas oublier que certaines formes de vente peuvent nécessiter des démarches particulières, du fait par exemple de leur emprise sur le domaine public ou de leur nature (vente au déballage, vente de boissons alcoolisées etc.)

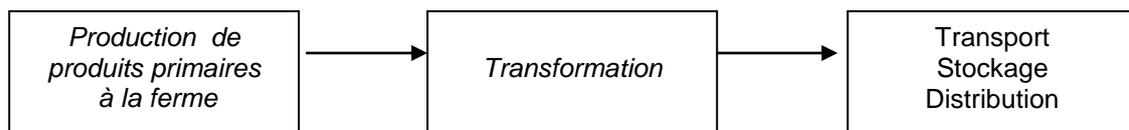
### **3. Quelques conseils complémentaires**

- La commercialisation est un métier à part entière. Savoir mettre son produit en valeur, communiquer auprès des clients, organiser la disposition des produits dans un magasin, gérer un fichier clients : n'hésitez pas à suivre régulièrement des formations sur ce sujet.
- S'inscrire dans des démarches reposant sur des engagements clairement définis dans des cahiers des charges est souvent un atout vis-à-vis des consommateurs. C'est aussi un moyen supplémentaire d'assurer la promotion de son activité, à travers des actions de communication collective. Citons parmi les possibilités :
  - o les signes officiels de qualité ou d'origine : en production fermière, les plus utilisés sont la certification Agriculture biologique et l'AOC (appellation d'origine contrôlée).
  - o des démarches collectives reposant sur des cahiers des charges privés (ex : Bienvenue à la ferme etc.).

## **III- Réglementation sanitaire pour la transformation et la vente : principaux éléments à savoir**

### **1. Cadre général**

La sécurité sanitaire des aliments se joue à chaque maillon de la chaîne alimentaire :



En tant que producteur fermier, votre responsabilité est engagée sur chacun de ces 3 domaines. Votre activité est régie par un certain nombre de réglementations :

- le « Paquet Hygiène européen », qui regroupe les règlements en matière de sécurité sanitaire applicables dans toute l'Union européenne.
- des arrêtés et décrets nationaux, qui précisent certaines règles non définies au niveau européen.

Ces textes mettent en avant la **responsabilité** des acteurs de la chaîne alimentaire, en fixant des obligations de résultats, c'est-à-dire des normes de qualité à respecter pour les aliments mis sur le marché. Pour ce qui concerne la transformation, certains moyens (locaux...) sont imposés mais globalement, il appartient au producteur de faire ses propres choix pour atteindre le niveau de qualité fixé par la réglementation. Cela suppose de bien connaître les risques (microbiologiques, chimiques,

---

<sup>3</sup> Direction interdépartementale des routes Ouest

physiques) auxquels le produit est exposé au cours de la fabrication ou du stockage pour prendre les bonnes décisions en matière de mesures préventives à appliquer. Toute cette démarche doit être décrite dans un « **plan HACCP** <sup>4</sup> » et régulièrement contrôlé par le producteur (**auto-contrôles**). Il est nécessaire de se former à cette méthode si vous vous lancez dans la transformation. Enfin, la mise en place de **mesures de traçabilité** sur votre atelier est nécessaire. Elles permettent de faciliter les mesures de retrait ou de rappels de produits en cas de problème sanitaire. Le respect de ces réglementations est contrôlé par les DD(CS)PP, dans les ateliers de transformation et les lieux de commercialisation (marchés, magasins...).

## **2. Les démarches réglementaires à effectuer**

- Vous devez déclarer votre activité auprès du Centre de formalité des entreprises (CFE) de la Chambre d'agriculture. Cette démarche concerne toutes les exploitations agricoles, avec ou sans activité de transformation. Il vous permet d'obtenir un n° SIRET qui est votre identifiant dans la chaîne alimentaire.
- Pour les **produits animaux**, vous devez en plus **déclarer votre activité auprès de votre DD(CS)PP**. Pour les produits animaux transformés, selon les quantités vendues et les débouchés commerciaux, vous pourrez être obligé de constituer un dossier pour obtenir l'**agrément européen**. Si vous vendez la majeure partie de vos produits en direct au consommateur (sur les marchés, à la ferme...) et le reste en circuit court<sup>5</sup> dans un rayon de 80 km autour de votre exploitation, une **dispense d'agrément** peut être possible à condition de ne pas dépasser les quantités indiqués ci-dessous.

	Quantité maximum pouvant être vendue/semaine à des intermédiaires	
	-30 % de l'activité avec des intermédiaires	+30 % de l'activité avec des intermédiaires
Lait traité thermiquement	800 L	250 L
Produits laitiers	250 kg	100 kg
Viandes fraîche de boucherie sauf viandes hachées	800 kg	250 kg
Produits à base de viande : plats cuisinés, saucisses crues, chair à saucisses. Préparation à base de viandes ne contenant pas de viandes hachées, viande fraîche des autres espèces que boucherie à l'exclusion des viandes hachées	250 kg	100 kg
Produits transformés au nom de la pêche	250 kg	100 kg
Escargots entiers, préparés ou transformés	100 kg	30 kg

Source : arrêté du 27 avril 2007

### **Pour en savoir plus sur la réglementation sanitaire :**

- Feuille de chou n°6 (juin 2009), spécial « Réglementation sanitaire » (téléchargeable sur [www.agrilianet.com](http://www.agrilianet.com)).

<sup>4</sup> HACCP = Hazard analysis and critical control point (analyse des risques et points critiques pour la maîtrise). Il s'agit d'une méthode d'organisation de la prévention des risques largement utilisé dans le domaine alimentaire.

<sup>5</sup> Circuit court = 1 intermédiaire maximum entre le producteur et le consommateur.

## IV- Se former à la transformation des produits



En vente directe, le retour du consommateur est immédiat en cas de défaillance de la qualité. Si vous vous lancez dans la transformation et si votre formation initiale ne vous a pas apporté de connaissances particulières dans ce domaine, il est **indispensable de se former** à ce nouveau métier pour acquérir les bases nécessaires à la maîtrise de la qualité organoleptique et sanitaire de vos produits.

Plus la transformation que vous choisissez requiert de maîtrise technique, plus cette phase de formation est primordiale.

Plusieurs solutions s'offrent à vous :

- formation longue de type CS (Certificat de spécialisation) : avec une alternance de cours et de stages pratiques, c'est un parcours très intéressant pour préparer son installation en production fermière.
- des formations courtes sur quelques jours sont également proposées par certains centres de formation.

Dans la mesure du possible, privilégiez les formations orientées sur la transformation à la ferme (beaucoup de formations sur les technologies de transformation concernent le secteur industriel ou artisanal, parfois assez éloigné des conditions et problématiques de production ferme).

Voici quelques contacts de Centres de formation de l'Ouest proposant des parcours incluant un volet « transformation » adapté à la production fermière (liste non exhaustive)

	Formations longues	Formations courtes
<b>CFPC La Lande du Breil</b> Rennes (35) www.lycee-landedubreil.org	CS « Produits fermiers » en : - produits laitiers - produits végétaux (maraîchage, arboriculture et transformation) - escargots	- produits laitiers (sur les différentes technologies de transformation) - transformation des fruits et végétaux <i>Mais aussi :</i> - conception d'un atelier de transformation - réglementation hygiène
<b>ENILIA (Ecole d'industrie laitière)</b> Surgères (79) Courriel : cfppa.surgeres@educagri.fr		- produits laitiers frais : beurre, crème, yaourt, fromage blanc - fromages : formations sur les différentes technologies. <i>Mais aussi :</i> - création d'un atelier de transformation du lait à la ferme - dégustation des fromages fermiers
<b>ACTILAIT – Carmejane</b> (04) Ruffec (16) www.actilait.com		- produits laitiers frais - technologies fromagères
CFPPA de l'Indre Chateauroux (36)	CS « Elevage caprin et commercialisation des produits »	
<b>CFPPA-CFA Les Sicaudières</b> Bressuire (79) www.sicaudieres.org	BPREA « Transformation des produits fermiers carnés »	Différentes formations à la carte : - découpe des viandes (volailles, bœuf, mouton, porcs) - charcuterie, salaison - conduite d'autoclave - ...
<b>CFP de Vallet (44)</b> cfp.vallet@mfr.asso.fr	TPASA « Systèmes en agrobiologie et commercialisation des produits ». Niveau 4	

Ailleurs en France, voir aussi :

- Ets spécialisés en transformation du lait : ENIL Poligny (39), ENIL La Roche Foron (74)...
- CFPPA de Florac Causses-Cévennes (transformation fruits/légumes et viandes diverses), d'Aurillac (produits laitiers, produits carnés) etc.

### **Transformation laitière : bon à savoir**

- Pour vous accompagner au démarrage de votre activité ou pour le lancement d'un nouveau produit, l'ENILIA de Surgères peut vous proposer un accompagnement personnalisé dans votre atelier de transformation (dispositif PRT bénéficiant d'une aide OSEO). Renseignement : Agnès Chabanon au 05 46 27 69 23
- Sachez que le GIE Elevage des Pays de la Loire propose également, en partenariat avec l'ENILIA de Surgères des visites de conseil individuel sur la transformation des produits à la ferme. Ce dispositif bénéficie d'un financement de France Agrimer. Renseignement : Adèle Maurin au 02 41 18 60 26

## **V- Point sur les aides aux investissements pour la production fermière dans les Pays de la Loire**

### **1. Aide à l'amélioration de l'outil de commercialisation des produits fermiers LAITIERS**

Financier : État (France Agrimer)  
Gestionnaire : GIE Elevage des Pays de la Loire  
Contact : Adèle MAURIN au 02 41 18 60 26

<b>Investissements aidés</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Signalétique (panneaux...)</li><li>- Petits aménagements intérieurs pour les magasins à la ferme</li><li>- Étal pour les marchés (parasols, jupe...)</li><li>- Équipement en matériel frigorifique pour le transport et la vente</li></ul>
<b>Montant de l'aide</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Montant investissement éligible : 2 000 € minimum – 7 000 € maximum</li><li>- Aide = 40 % du montant HT de l'investissement.</li><li>- plafond de la subvention : 1 600 € par élevage et par dossier quelque soit la forme juridique</li></ul>
<b>Conditions</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>- Elevage bovin : être engagé dans la charte des bonnes pratiques d'élevage bovin ou apporter la preuve d'une démarche d'analyse des risques et de maîtrise des dangers</li><li>- Elevage caprin : être adhérent au code mutuel en élevage caprin ou apporter la preuve d'une démarche d'analyse des risques et de maîtrise des dangers</li><li>- Elevage ovin lait : apporter la preuve d'une démarche d'analyse des risques et de maîtrise des dangers en élevage de brebis laitières</li></ul>

## **2. Aide aux investissements pour la transformation et la commercialisation**

### ***a. Aide régionale à l'investissement des industries agro-alimentaires (ARIAA)***

Financeurs : Conseil régional des Pays de la Loire – Europe  
 Contact : Conseil régional - Direction de l'Action Economique au 02.28.20.56.10  
 Plus de renseignement sur [www.paysdelaloire.fr](http://www.paysdelaloire.fr)

Ce dispositif du Conseil régional des Pays de la Loire concerne les entreprises agro-alimentaires. Il n'est pas accessible aux projets de transformation à la ferme. En revanche, certains projets collectifs de transformation peuvent le cas échéant répondre aux conditions d'éligibilité.

<b>Investissements aidés</b>	Investissements de conditionnement, stockage et transformation de produits agricoles et alimentaires : bâtiments, équipements, matériels (exclusion des matériels roulants, d'occasion, des équipements de renouvellement à l'identique, des terrains, des VRD, et des locaux administratifs, acquisition des biens immobiliers)
<b>Montant de l'aide</b>	- Assiette plancher : 150 000 €, ramenés à 100 000 € pour les micro-entreprises (moins de 10 salariés et moins de 2 M€ de chiffre d'affaires annuel). - taux d'aide maximal : 10 % (+ 10 % FEADER ou FEP) - Plafond de l'aide régionale : 400 000 €
<b>Conditions</b>	Entreprise de moins de 750 salariés et de moins de 200 M€ de chiffre d'affaires, dont l'approvisionnement provient d'au moins trois producteurs agricoles, dont aucun ne représente plus de 50 % des volumes livrés.

### ***b. Dispositifs départementaux avec possibilité de co-financement européen***

Le tableau p. 10 propose un panorama des dispositifs d'aides existants au niveau des Conseils généraux de la région pour la transformation et la commercialisation. Dès lors qu'une collectivité territoriale apporte un soutien financier, des dispositifs d'aide de l'Union européenne (FEADER) peuvent être activés en complément, ce qui permet d'augmenter le montant final de la subvention.

Les conditions d'attribution et les modalités de calcul des aides territoriales pouvant varier selon les départements, il convient de se renseigner auprès des gestionnaires de ces dispositifs pour plus de précisions :

<b><i>Pour la part d'aide territoriale Conseils généraux (Services agriculture)</i></b>	<b><i>Pour la part d'aide européenne (FEADER) DDT (Services économie agricole)</i></b>
Conseil général de la Loire-atlantique <a href="http://www.loire-atlantique.fr">www.loire-atlantique.fr</a> 02 40 99 14 97	DRAAF Pays de la Loire <a href="http://www.draaf.pays-de-la-loire.agriculture.gouv.fr">www.draaf.pays-de-la-loire.agriculture.gouv.fr</a> 02.40.12.36.62
Conseil général du Maine-et-Loire <a href="http://www.cg49.fr">www.cg49.fr</a> 02 41 81 49 49	DDT Maine-et-Loire <a href="http://www.maine-et-loire.equipement-agriculture.gouv.fr">www.maine-et-loire.equipement-agriculture.gouv.fr</a> 02.41.79.68.71
Conseil général de la Sarthe <a href="http://www.cg72.fr">www.cg72.fr</a> 02 43 54 72 72	DDT Sarthe <a href="http://www.sarthe.equipement.gouv.fr">www.sarthe.equipement.gouv.fr</a> 02.43.50.46.61
Conseil général de la Vendée <a href="http://www.vendee.fr">www.vendee.fr</a> 02.51.44.21.07	DDT Vendée <a href="http://www.vendee.pref.gouv.fr">www.vendee.pref.gouv.fr</a> 02.51.47.11.42

En l'absence de dispositif d'aide de votre Conseil général, n'hésitez pas à vous renseigner auprès de vos autres collectivités locales : Pays, Communauté de communes...

	Transformation	Commercialisation
<b>Aide des collectivités territoriales [taux d'aide : de 20 à 25 %]</b>		
<b>Conseil régional Pays de la Loire</b>	Pas d'aide	Pas d'aide
<b>Conseil général Loire-Atlantique</b>	Aide uniquement pour les projets collectifs de transformation en CUMA <i>[Montant max d'aide : 150 000 €]</i>	Aide à l'aménagement d'un local de vente directe dans le cadre d'une opération d'insertion paysagère de l'exploitation <i>[25 % du montant de l'investissement avec un plafond de 15 000 €]</i>
<b>Conseil général Maine-et-Loire</b>	Aide si adhésion à une démarche collective labellisée de mise en valeur des produits. <i>[Montant max d'aide : 12 500 € pour projet individuel 25 000 € pour projet collectif]</i>	Aide si adhésion à une démarche collective labellisée de mise en valeur des produits. <i>[Montant max d'aide : 12 500 € en individuel 25 000 € pour projet collectif]</i>
<b>Conseil général Mayenne</b>	Pas d'aide	Pas d'aide
<b>Conseil général Sarthe</b>	Aide à la transformation à la ferme. <i>[Montant max d'aide : 6 000 €]</i>	Aide pour les points de vente directe de produits viticoles <i>[Assiette maxi subventionnable : 25 000 €]</i>
<b>Conseil général Vendée</b>	Aide uniquement pour les activités certifiées Bio <i>[Assiette max. subventionnable : 60 000 € en individuel]</i>	Aide uniquement pour les activités certifiées Bio <i>[Assiette max. subventionnable : 60 000 € en individuel]</i>
<b>Aide européenne complémentaire mobilisable uniquement en cas d'aide territoriale* [taux d'aide : de 20 à 25 %]</b>		
Pour la part européenne : mesure FEADER concernée	<p><b>Mesure 121 C « Transformation à la ferme » ou 121 C5 « Investissements pour l'agriculture biologique »</b></p> <p><u>Investissements aidés :</u> - Investissements relatifs à la création d'ateliers de transformation, de conditionnement, de stérilisation et de stockage en chambre froide des produits de la ferme. ; - Investissements immatériels (études préalables, analyses de sols, honoraires d'architecte, frais d'expertise juridique, technique ou financière, frais de notaire...) dans la limite de 10 % de l'investissement total.</p>	<p><b>Mesure 311 « Diversification vers des activités non agricoles »</b></p> <p><u>Investissements aidés :</u> - La création ou l'aménagement d'un bâtiment pour la vente directe (conception conseillée en cohérence avec les démarches de développement durable : économies d'énergie, isolation...), - L'achat de matériels et équipements neufs. - Investissements immatériels (études préalables, analyses de sols, honoraires d'architecte, frais d'expertise juridique, technique ou financière, frais de notaire...) dans la limite de 10 % de l'investissement total.</p>

\* Cumul possible dans la limite de 40 % d'aide publique totale

## Contacts pour vos projets d'installation ou de diversification en vente directe

### Chambres d'agriculture

- **Loire-Atlantique** : Sylvie GUILLO et Yolaine DANARD – Tél. : 02 53 46 60 13
- **Maine-et-Loire** : Françoise LOUIS – Tél. : 02 41 96 75 72
- **Mayenne** : Isabelle COLLET – Tél. : 02 43 67 37 40
- **Sarthe** : Agatha CMIELEWSKI – Tél. : 02 43 29 24 06
- **Vendée** : Guylène BARRE – Tél. : 02 51 36 83 16

✉ Pour télécharger nos publications et notre programme régional de formations destinées aux producteurs fermiers [www.agrilianet.com](http://www.agrilianet.com)

### CIVAM

- **Loire-Atlantique** : FDCIVAM 44 – Tél. : 02 40 14 59 00
- **Maine-et-Loire** : CIVAM AD 49 – Tél. : 02 41 39 48 75
- **Mayenne** : CIVAM BIO 53 – Tél. : 02 43 53 93 93
- **Sarthe** : ADEAS CIVAM – Tél. : 02 43 14 23 07
- **Vendée** : GRAPEA CIVAM – Tél. : 02 51 47 96 46

### Réseau Bio

- **Loire-Atlantique** : GAB 44 – Tél. : 02 40 79 46 57 – [accueil@gab44.org](mailto:accueil@gab44.org)
- **Maine-et-Loire** : GABBANJOU – Tél. : 02 41 37 19 39 - [gabbanjou@wanadoo.fr](mailto:gabbanjou@wanadoo.fr)
- **Mayenne** : CIVAM bio 53 – Tél. : 02 43 53 93 93 - [coordination@civambio53.fr](mailto:coordination@civambio53.fr)
- **Sarthe** : GAB 72 – Tél. : 02 43 28 00 22 - [gab72@maison-des-paysans.org](mailto:gab72@maison-des-paysans.org)
- **Vendée** : GAB 85 – Tél. : 02 51 05 33 38 - [accueil@gab85.org](mailto:accueil@gab85.org)

✉ Pour télécharger nos fiches techniques et notre programme régional de formations destinées aux producteurs Bio [www.biopaysdelaloire.fr](http://www.biopaysdelaloire.fr)

### Document réalisé par



Tél : 02 41 18 60 40  
[www.agrilianet.com](http://www.agrilianet.com)



Tél. 02 40 72 65 05-  
[www.civam.org](http://www.civam.org)



Tél. 02 41 18 61 40  
[www.biopaysdelaloire.fr](http://www.biopaysdelaloire.fr)



Tél. 01 44 95 08 15  
[www.trame.org](http://www.trame.org)

Avec la participation financière de

